

商學小叢書

廣 告 須 知

甘永龍編譯

商務印書館發行

商學小學叢書

廣 告 須 知

甘永龍編譯

商務印書館發行

中華民國二十七年四月
中華民國二十六年七月

中華民族復興第一版
中華民族復興第二版

商學叢書
廣告須知一冊

(60220)

每冊定價大洋肆角
外埠酌加運費匯費

編譯者 甘永龍

上海河南路
商務印書館
發行者兼
印刷者

發行所 上海商務印書館及各埠

 * 有 所 權 版 *
 * 究 必 印 翻 *

(本書校對者馮汝霖)

序

本公司欲編輯一廣告專書。置諸商用叢書之列。爰就至繁至博之廣告主義及經驗中。撰成斯編。蓋所以裨助有物銷售之一切商家。而佐其行市之推廣者也。是故此書非廣告法之初級教科書也。非稿本繕寫法之啓蒙讀本也。非講演披露法之學說者也。非討論廣告學之原理者也。更非敷陳廣告法之歷史者也。亦非主張某種類某形式之披露。冀以鼓動商界之個人若團體。而引起廣告之黨義競爭或逐鹿運動者也。此書之作。無非以求便於廣告家耳。以資財購買他人之廣告者。與夫以廣告博取他人之資財者。皆我所謂廣告家也。對於廣告之效用問題。不得不加研究。冀於若干之篇幅間。獲收最厚之報酬。若是者不問其爲製造之工。懋遷之商。稿本之繕寫人。廣告之總經理。代理廣告之公司。以及廣告之發行家等。亦皆我所謂廣告家也。凡有貨物欲求銷售。有奢願以擴充其貨物之銷售者。卽爲本書之所欲裨助。亦卽本書之所以作也。本公司所發行之商用叢書。係集合商人之經驗而成。其人皆嘗有種種

之方法與主義。始則草創之。繼則試驗之。終則行之而有明效大驗。本書之所揭示者。卽此種種方法與主義。使手創與躬行此種種者。以實踐之所獲。轉而口講筆述於人。是爲本公司用意所存。雖然。廣告一科。渾融錯綜。非可以枝節強分。故近世多以專門學術名之。其間有若干之原理。幾如廣告上天經地義。凡廣告之所在。卽爲此原理所貫徹。今欲以充沛宏博。而又不病枝節之方法。揭示此科目。闡明其體用。自非專其責於一人不可。非其人富於一己經驗。而又稔知他專門家之經驗者不可。據是而言。則本書揭示之法。殆不得謂無當矣。作者生平。於繕寫廣告稿本。創製廣告花式。及於廣告競爭之壁畫指揮。皆嘗躬親其事。要之其人固能就廣告總經理。廣告繕寫人。廣告發行家之一方面。而知廣告家之作用者也。是故本書所載。悉從研究及閱歷中來。貢諸世界製造家運營家。與夫有志擴充其工商品之行銷者。或不無小補云。

美國哲斯敦公司 (The System Company) 識

本書所用各專名摘釋

披露(Publicity)謂以貨物或製造品公布於世。使人知之而購之也。登載廣告。卽披露法之正宗。

稿本(Copy)凡廣告文字書畫招帖。以及其他種種。統稱稿本。

發賣論(Selling Arguments)謂某物發行。須將其原由及功用等。反覆申述。務使公衆心領神會。耳熟能詳。

目次

第一章	近世商品披露法	一
第二章	何謂廣告	九
第三章	普通及直接披露之媒介品	一三
第四章	稿本爲廣告之魂魄	一五
第五章	何謂優美之廣告稿本	一七
第六章	廣告中之射的法	二三
第七章	揭由稿本(Reason-why Copy)	二九
第八章	圖畫廣告之價值	三四
第九章	雜誌與新聞紙	三九
第十章	雜誌廣告地位之優劣	四五

第十一章 總賣商之廣告……………四八

第十二章 零星廣告之預備……………五四

第十三章 郵定廣告……………五九
須參觀前第十四等章均

第十四章 採用郵定廣告者之追求法……………六三

第十五章 郵定廣告用之小本書……………七〇

第十六章 郵定廣告之啓鑰或查檢法……………七四

第十七章 街車廣告……………七六

第十八章 戶外廣告……………八一

第十九章 廣告運動之規畫……………八六

第二十章 廣告與發賣部之關係……………九二

第二十一章 廣告代理……………九七

第二十二章 廣告代理人運動之操縱……………一〇二

廣告須知

第一章 近世商品披露法

廣告者。現今商業界最雄健之原動力也。近世實業競爭之進化物。發育物也。造成商務之大工師。其力量超乎人類欲望之外者也。其功用不僅若游行商販之逐戶沿門。執銷耗家而喧聒之也。亦不僅若紙上談兵之發賣家。專於筆墨間作種種鋪敘也。蓋現今之廣告。確於商務上有一種創辦力。偉大之工廠。廣告所成也。摩天之巨屋。廣告所建也。匝地之鐵道。廣告所經營也。昔日商場中之欣欣向榮者。僅有一瓣之草。自得廣告。而頓生二瓣焉。人類之需要。藉廣告而什百千萬之。人類之欲望。藉廣告而擴充增益之。銷耗家之遲回審顧。與夫有所惕而不敢購置者。藉廣告一言。遂得放膽購買。且不患無辭以問執誚讓者之口。若以實用言。則昔日

未購之際。亦殊泰然安之。未嘗覺其不便也。

當廣告發育未完。不足稱爲美術。並不足謂爲商界雄健原動力之日。彼工商兩界所有事。僅在供結人類通常之需要及欲望而已。商貨貿遷。僅以世人需要品及其淺薄之奢侈知識爲限。各級社會之人。惟知就一己分量所及。以謀享用之逸樂。此卽淺薄之奢侈知識也。自近世廣告術既發明。而昨日之所謂奢侈品者。今日已成需要品。廣告之力。能以種種嶄新及具有勾攝力之欲望。充塞乎人類心胸。於是而世界需要品之爲所增創者。其繁夥決非二十五年前之商人所能夢見。

廣告者。兼具有新聞上之價值。與心理上之權力。不僅在採用廣告者。得藉是以制勝不用廣告之工商家。而吸收其生意而已。亦不僅在推倒故步自封之同業。而據有其銷路而已。所謂新聞價值者。以酌定之期間。隨時予人以消息。俾知人生斯世。爲日用及安適計。必如何供應。方爲最優美而又最省儉之法。至於心理上之權力。則道在依心理學審定公例。逐漸施其運動。俾千變萬化之人類心胸中。栽植一種思想。謂某物某物乃人生所必需。否卽不足以稱安

樂。若此物在昔日從未邀人類如此之青眼。則固所弗問。以是而此類廣告。無非以展拓人類日用上及閱歷上之眼界。要在使其關懷於某物之創製。實爲我身之安適及利便起見。彼或不知有此物。固仍優哉游哉。無害於其安樂之素。然一旦既知有此物。卽覺中心忤忤。甚或忐忑不寧。必待購得之。而後自以爲一身幸福。庶無缺憾。顧欲實施此心理權力。又非注重於近人所謂發賣論者不可。取新物品所以發行之故。而時時申說。反覆丁寧。陳述不厭其詳。次數不嫌其頻。務使讀者由疑而信。由信而服。既服則有不得不買之勢焉。是故公衆冷淡之態度。有似乎巖石。而發行家再接再厲之披露。則有似乎雨滴。雨滴之功候既至。雖巖石亦爲之洞穿。況人類心思。本惟浸潤或漸摩之功足以動之。其對於某事某物而有嚴敬戀愛之思者。要莫不從浸潤或漸摩中來。今爲發行家擴充營業計。其最足收浸潤或漸摩之效者。又孰有逾於廣告者乎。

廣告有創造新需要之力。試以剃刀一物言之。凡普通男子。在昔多安於舊式剃刀。雖終身不變。亦有甚願。蓋舊式剃刀。要足供其修剪鬚髮之需。而未嘗有所欠缺。卽在今日。彼理髮匠

固仍視爲滿意之器械。以之修理主顧之鬚眉。絕未嘗感其不便。然自廣告家手腕一揮。而多數人方寸中。卽隱伏有不愜意之種子。曾幾何時。而購用新式之平安剃刀者。爲數頓以千計。人人心目間。漸呈一不用此刀未免背時。不用此刀徒然自苦之象。且今之爭購平安剃刀者。卽昔之安於舊式剃刀。而又安於皂沫缸之人也。剃鬚髮者。置皂沫於有耳杯中。以抿子作良久之攪旋。而後泡沫始起。以之塗潤面頰。俾便修葺。在當時固視爲固然。不聞有異辭也。迨剃面用之肥皂錠出。於是衆人既愛其美。復樂其便。紛紛捨彼卽此。其後來居上之情形。與平安剃刀同。而其得力於廣告。亦與平安剃刀同。

又如晨餐須用穀製品之廣告。則其力竟能使我人飲食上之見解。發生一極大變遷。晨餐用麥粉粥之習慣。創之者爲蘇格蘭某教士。既而藉廣告之力。布散其服食麥粉粥之教育談。而信者浸多。遂成普通之習慣。晨餐而不始以麥製品。今人且視爲不完備或不合衛生之飲食矣。又如咖啡之某種代用品。當始行之際。有某婦讀其娓娓動人之廣告。竟謂平日胸腕間常覺刺促不寧。必係廣告中所謂咖啡心。非立志戒除。改食代用品不可。此事驟聞之。頗似可笑。

而不知今之咖啡代用品業。所以每年出入有億兆金之鉅。而賴是糊口之人。有數十百萬之衆者。皆類於該婦之一念所擴充推演而成者耳。

昔之熱心音樂者。常不惜以重金聘音樂師。而長日受業。冀養成大風琴家之資格。特此藝學習甚難。非擲無數之心力與日力。不足以臻精熟。然自廣告家舞弄其敏巧之伎倆。而又能持之以恆。遂使機關風琴一物。駸駸乎奪披霞諾之席。昔之披霞諾。常繪有貝特羅斯基 *Pa-derevski* (波蘭大風琴家) 小像。而今則概易爲機關風琴圖樣。讀其廣告者。輒嘆學習風琴時之長日研究不辭勞瘁爲大愚。而機關風琴之機一撥。曲調隨奏。實爲便利之甚也。故時論以爲廣告家之敏巧伎倆。設非立加遏阻者。則風琴一道。必成爲淪胥之美術云。

廣告有變更眼光或識見之功效。從前婦女。膚白者固沾沾自喜。而黝黑者。棧色者。黃色者。亦惟有自嘆實命不猶。揮灑無謂之痛淚而已。然今則何如乎。彼以廣告爲業之男子。日出其錦繡文字。以贊揚某種之食品。曰。是有皙膚之功。歌詠某種之油脂。曰。是有嫩肌之效。而一般婦女。遂靡然從風。以修潤姿容塗飾肌膚爲本身天職。且深信某食某油之功效。謂服用既久。

確足彌天生之缺憾。於是而此種新實業。與夫新製造廠新試驗場等。得以接踵而起。獲利無算矣。當我輩少小之年。田家以善孵之雞爲珍物。然自廣告家修陳孵化器之妙用。以爲母雞費良久之時間。作許多之啼聲。始得化一卵爲雞雛者。在孵化器可以育百雛。是百與一之比。而又無喔喔啼聲。擾人耳鼓。於是而孵化器之銷行頓盛。彼母雞之職務。僅在產卵而已。總之廣告家之簧鼓。不卽遏止。則此器將與菽麥同其通行。居家者非置有此器。卽不足以稱完全之新家庭矣。

我輩之祖若父。祇須寢室之中。備履一雙。足供替換。卽已於心甚快。然自廣告家之筆墨出。而今世之普通人。非常備有六雙。卽不足爲適用。廣告家於報紙之中。盛倡養足法。謂欲使兩足安適。必須備有六雙之履。某時適用甲履。某時適用乙履。此爲我人天生之權利。何可自放棄之云云。舉世靡然從風。凡稍能自給者。莫不注意及此。竊不解昔日僅備雙履時。作何過度也。又留聲機一物。固奢侈品而非需要品也。然今則以廣告家之盡力吹噓。購者漸多。其備有此器之家庭。人亦不復病其浪費。將來普通人家各備一機。藉資消遣。其需要如今日之縫紉機

器。安得謂非意中事哉。

手提照相器一物。今日亦爲通行之具。凡出門游歷者。無貧論富。皆攜此以攝其所愛之風景。留其經驗之陳跡。此誠行樂之一法。而提倡之者則廣告也。照片浸煉等法。本爲照相家獨得之祕。而今則幾於盡人而知。廣告家欲爲手提照相器謀其銷路。卽不能不爲照相家挾其藩籬。且以爲雪泥鴻爪。留他日翻檢印證之資。舊遊回溯。前塵追念。人生快樂。莫過於斯。凡讀其廣告者。莫不爲其情文交至之辭所感動。而手提照相器。遂爲世界偉大實業之一。凡地球上有人類寄棲之處。卽爲此項營業所貫徹之處矣。

化除不經之成見。我人牢不可破而實則全無理由之成見。爲廣告所默化潛移者。亦殊不少。例如汽車始行之日。見者莫不訕笑謾罵。以爲往來街道中之車輛。安有不藉馬匹。而可任其以一種機械。恣以驟馳者。時人排斥之成見。實有不可遏抑之勢。然未幾而廣告出矣。廣告家挾其紙筆。曲譬善誘。一唱三嘆。鏗而弗舍。曾幾何時而成見已銷弭無遺。製造汽車之廠屋。煙突高聳。其密如林。至於今日。則人且不以汽車爲奢侈品。而逐漸承認爲需要品矣。

地大物博問題之解決。合衆國土廣民稠。一物之出。銷耗者或盡八千萬人。故舊日以出產。品通告於銷耗家之方法。行之斷難有效。我人既不能並立於肆門之前。而以貨物之精良。遍語途人。亦不能藉旅行銷售員之力。而四出以強聒閭閻。至通信布告之方法。卽或宏博精細。兼而有之。然亦未必能收大效。總之有力之銷耗家爲數既衆。則貨物之披露法。必不可僅限於一途。以我人之貨物。供一鎮一邑之用。其範圍小。故廣告之法易。若欲推行全國。而以一國之境土。供我營業之活動。則廣告必須多其形式。且非審慎核定不可。日報及雜誌上之廣告。在今日已難遍及全國。故宜以別種形式之廣告。補其不足。並藉別種方法。以引起國人之注意。晚近形式及方法之衆多。卽在二十五年前之廣告大家。亦未嘗夢見也。每歲金錢之擲於廣告者。數當以億兆計。此誠不誣。然披露事業之在今日。已漸達於運用與收效。分量相等之地位。亦自至真至確。至廣告是否有益一問題。則今日已無復提出者。設二十世紀中而有此問題。則答者必曰。是全繫乎廣告與廣告中所稱貨物之優劣耳。彼致疑於廣告之未必能收效者。我人但須令其觀美利堅一國之富商大賈。何以藉廣告而發跡者如是其多。斯已可矣。

白麵粉與砂糖二物。爲人生食用大宗。以如此貨物而亦須刊登廣告。在十年前。雖最熱心之廣告家亦無復信者。然今則市場之中。各種晨餐用品。如全麥雀麥以及其他穀類所製者。異常充斥。且皆廣登告白。矢言其所含滋養份子。實數倍於白麵粉。於是信從者漸衆。而白麵粉廠之主人。至此遂不得不揮斥重金。刊布慘淡經營之廣告。謂某某牌之白麵粉。實遠勝於他種牌子也。卽如美國之糖業托辣斯。方三數年前。寧不與白麵粉廠之主人所見略同。各以人生食用大宗自負。然今則美國諸雜誌中所刊冰糖等出品小像。其精美動人。幾令見者饒涎欲滴。以是知廣告實爲各業所不可少。其重要殆與原料相伯仲也。

第二章 何謂廣告

廣告爲二十世紀一種美術。所以增進物產與商品之銷路者。然試問何謂廣告。則界說又極多。要皆以個人經驗及個人眼光爲之立定者也。製造廠之主人。與城市中商肆主人。其視